

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

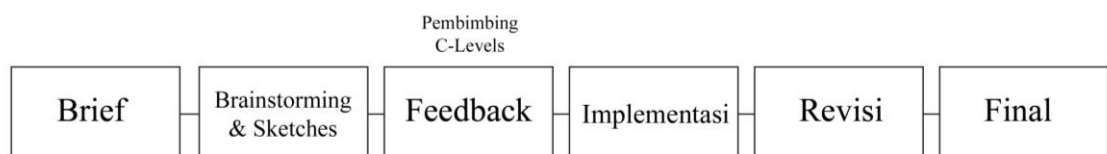
3.1. Kedudukan dan Koordinasi

1. Kedudukan

Selama periode kerja magang, penulis ditempatkan sebagai *graphic designer intern* di bawah naungan Hendry Lie (CEO) dan Juanito Gunawan (CCO).

2. Koordinasi

Dalam pelaksanaan kerja magang di PT Laris Intisari Nusantara (Larisin), penulis bukan hanya berkoordinasi dengan CEO dan CCO tetapi juga dengan *C-Levels* dan lainnya, seperti CTO, CCO, *Product Manager*, dan lain-lain. Tahap pertama sebelum melakukan desain, penulis diberikan *brief* mengenai konten yang akan dibuat. Setelah itu, penulis mulai melakukan *research* untuk pembuatan konsep dan sketsa yang akan diasistensi terlebih dahulu kepada pihak yang memberikan tugas. Setelah konsep dan sketsa disetujui, penulis mengimplementasikan sketsa menjadi karya digital. Karya digital yang sudah selesai diimplementasi akan diasistensikan kembali agar penulis mendapat masukan dan penulis juga akan mengubah karya sesuai dengan masukan yang diberikan (bila diperlukan).



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

3.2. Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan yang penulis dapatkan selama periode kerja magang adalah untuk keperluan promosi, baik untuk media sosial ataupun media cetak, dan media digital. Adapun pekerjaan tersebut akan dijabarkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	Postingan <i>social media</i> (Instagram dan LinkedIn) beserta <i>caption</i>	Penulis membuat 12 post untuk instagram dan LinkedIn beserta dengan captionnya.
2		<i>Carousel</i> di <i>Mobile App</i>	Penulis membuat 9 <i>banner app</i> , 3 diantaranya adalah untuk Larisin Mobile dan 6 <i>banner</i> untuk toko online.
3	2	<i>Banner App</i> untuk Larisin Tugas (ODT)	Penulis membuat 1 <i>banner app</i> dengan 2 alternatif.
4		Konten WhatsApp untuk broadcast beserta caption	Penulis membuat 5 konten untuk di <i>broadcast</i> pada grup WhatsApp.
5		Konten untuk PPT Townhall	Penulis membuat aset untuk <i>slide</i> yang akan ditampilkan pada <i>Townhall</i> .
6		<i>Script</i> dan <i>storyboard</i> untuk campaign Larisin	Untuk campaign Larisin.
7		<i>X-banner</i> untuk grosir	Untuk grosir yang telah bekerja sama dengan Larisin.
8		<i>Tentcard</i> untuk grosir	Untuk grosir yang telah bekerja sama dengan Larisin.
9	3	Brosur	Sebagai alat promosi.
10		<i>Information Pad</i>	Alat untuk memberikan informasi kepada pengguna <i>mobile app</i> Larisin.
11		Poster untuk grosir	Untuk grosir yang telah bekerja sama dengan Larisin.
12		<i>Social Media (Hiring Post)</i> beserta <i>caption</i>	Untuk mencari <i>Mobile Engineer Intern</i> .
13	4	<i>Copywriting</i> untuk <i>website</i>	Membuat <i>copywriting</i> untuk <i>website</i> Larisin (halaman beranda).

14		<i>Copywriting</i> untuk video tutorial	Membuat <i>copywriting</i> untuk video tutorial yang akan ditayangkan di Youtube.
15		Revisi marketing <i>tool</i> (x- <i>banner</i> , poster, <i>information pad</i> , dll)	Merapikan <i>marketing kit</i> sebelum dicetak.
16		<i>Hiring Post</i>	Untuk mencari <i>Telemarketer</i> dan <i>Territory Business Partner</i> .
17		<i>Information Pad</i> untuk penjual	Informasi untuk penjual agar tahu bagaimana cara menggunakan Larisin Mobile.
18		<i>Information Pad</i> untuk pembeli	Informasi untuk pembeli agar tahu bagaimana cara berbelanja online di Larisin Mobile.
19	5	<i>Hiring Post</i>	Untuk mencari <i>Software Engineer Intern</i> dan <i>Software Quality Assurance</i> .
20		<i>Copywriting</i> untuk video tutorial POS	Membuat <i>copywriting</i> untuk video tutorial Point Of Sales (POS).
21		<i>Copywriting</i> untuk video tutorial Mobile App	Membuat <i>copywriting</i> untuk video tutorial Larisin Mobile.
22	6	<i>Copywriting</i> untuk <i>website</i>	Membuat <i>copywriting</i> untuk <i>website</i> Larisin (halaman tentang perusahaan).
24		<i>Copywriting</i> untuk video tutorial	Membuat <i>copywriting</i> untuk video tutorial yang akan ditayangkan di Youtube.
25		<i>Hiring Post</i>	Untuk mencari <i>Data Engineer</i> .
26		Kartu Nama	Penulis membuat kartu nama untuk <i>C-Levels</i> dan <i>Territory Business Partner</i> .
27		Spanduk	Untuk grosir yang telah bekerja sama dengan Larisin.

28		Cover <i>Thumbnail</i> Youtube	Penulis membuat <i>thumbnail</i> Youtube agar tampilan Youtube terlihat lebih menarik.
29		<i>e-Flyer Referral Program</i>	Informasi program bahu-membahu.
30	7	<i>Social Media Post</i>	Konten yang membuat sosial media Larisin tetap <i>update</i> .
31		<i>Screenshot</i> untuk di Google Playstore (Mobile)	Membuat <i>screenshot</i> Larisin Mobile untuk menggantikan <i>screenshot</i> sebelumnya yang kurang menarik.
32		<i>Screenshot</i> untuk di Google Playstore (POS)	Membuat <i>screenshot</i> POS untuk menggantikan <i>screenshot</i> sebelumnya yang kurang menarik.
33	8	<i>Copywriting</i> untuk video tutorial	Membuat <i>copywriting</i> untuk video tutorial yang akan ditayangkan di Youtube
34		<i>Social Media Post</i> beserta <i>caption</i>	Konten yang membuat social media Larisin tetap <i>update</i> .
35		Spanduk untuk toko Sinar Boedhi	Untuk media promosi Larisin di toko Sinar Boedhi.
36		Sticker promo <i>cashback</i>	Untuk media promosi.
37		Poster untuk konsultan	Untuk <i>principal</i> yang telah bekerja sama dengan Larisin.
38		<i>Information Pad</i> untuk masing-masing grosir	Informasi untuk pembeli untuk memasukan kode <i>referral</i> toko favoritnya.
39	9	Instagram Story untuk Toko Ponokawan	Media promosi mamasuka dan miwon dengan Larisin.
40		<i>Banner App</i> untuk toko online Ponokawan	Untuk media promosi toko online Ponokawan di Larisin Mobile.

41		<i>Flyer</i> untuk mencari Agen Larisin	Untuk mencari agen Larisin (setara dengan <i>Territory Business Partner</i>).
42		Poster untuk Balado Betty	Untuk toko yang telah bekerja sama dengan Larisin.
43	10	<i>Flyer</i> untuk Balado Betty	Untuk toko yang telah bekerja sama dengan Larisin.
44		<i>Copywriting</i> untuk video tutorial	Membuat <i>copywriting</i> untuk video tutorial yang akan ditayangkan di Youtube.
45		Poster undian untuk grosir	Sebagai media promosi untuk menarik orang agar menggunakan Larisin.
46	11	<i>Lanyard</i>	Untuk keperluan identitas kantor.
47		<i>Banner App</i>	Untuk media promosi toko online di Larisin Mobile.
48		<i>ID Card</i>	Untuk tanda identitas <i>Territory Business Partner</i> .
49	12	Sosial Media Konten	Konten untuk ucapan Hari Maulid Nabi dan Hari Natal.
50		<i>Layout</i> untuk tutorial	Untuk dibagikan kepada pengguna di warung.
51		<i>Lanyard</i>	Untuk keperluan identitas kantor.
52		<i>ID Card</i>	Untuk tanda identitas <i>Territory Business Partner</i> .

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

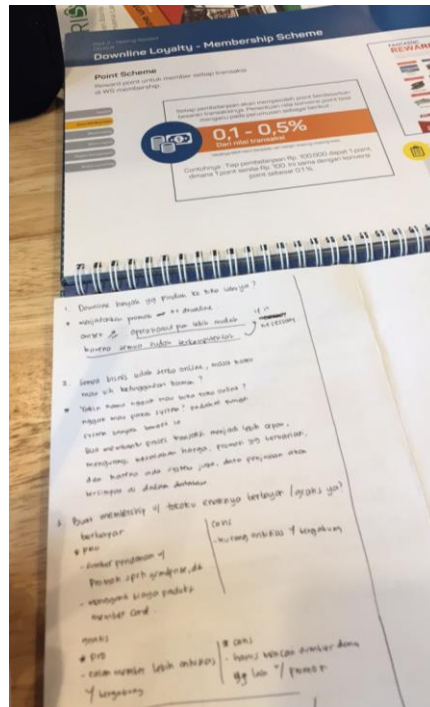
Selama periode kerja magang di Larisin, penulis mengerjakan desain untuk media promosi seperti media sosial, *marketing kit*, *copywriting*, dan *storyboard* untuk pembuatan *motion graphic* yang ditangani oleh pihak eksternal. Selain menangani media promosi Larisin, penulis juga dilibatkan untuk mengerjakan *marketing kit* dari toko-toko dan *principal* yang telah bekerja sama dengan Larisin. Penulis membuat poster, *Instagram story*, dan *flyer*.

3.3.1. Media Sosial

Tugas pertama yang penulis dapatkan pada saat kerja magang adalah membuat konten sosial media. Karena Larisin merupakan perusahaan yang masih baru, jadi Larisin masih belum memiliki sosial media selain LinkedIn. Penulis ditugaskan untuk membuat konten yang akan diunggah di Instagram, Facebook, LinkedIn, dan Youtube. Dalam pembuatan konten media sosial, penulis tidak hanya membuat konten untuk media sosial Larisin, tetapi juga untuk grosir atau toko yang telah bekerja sama dengan Larisin. Gaya desain yang penulis gunakan adalah gaya desain yang sudah ditentukan oleh *brand guidelines* dari Larisin, yaitu *vector* dan warna palet yang didominasi warna hijau. Berikut merupakan proses pembuatan konten sosial media:

- *Briefing*

Sebelum mengerjakan konten, penulis diberikan *brief* terlebih dahulu atau biasanya penulis dibiarkan mencari konten dari buku yang telah diberikan kepada CCO. Setelah penulis dapat konten yang sekiranya menarik untuk diunggah di sosial media khususnya Instagram, penulis akan melakukan asistensi terlebih dahulu.

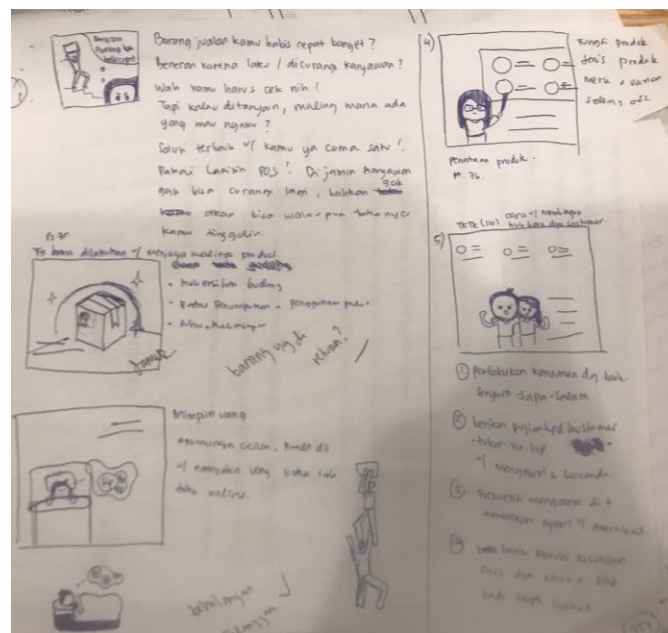


Gambar 3.2. Sebagian Ide untuk Instagram Feeds

- Brainstorming dan Sketch

Konten yang sudah di asistensi nantinya akan di buat sketsa agar atasan penulis dapat melihat gambaran konten media sosial yang akan diunggah nantinya.





Gambar 3.3. Sebagian Sketsa untuk Instagram Feeds

- Digitalisasi

Tahap ini dapat dilakukan jika penulis sudah dapat persetujuan dari atasan penulis, dan di tahap ini pun biasanya peluang untuk revisi lebih sedikit karena penulis sudah melakukan asistensi konsep dan sketsa terlebih dahulu.

- Asistensi dan Revisi

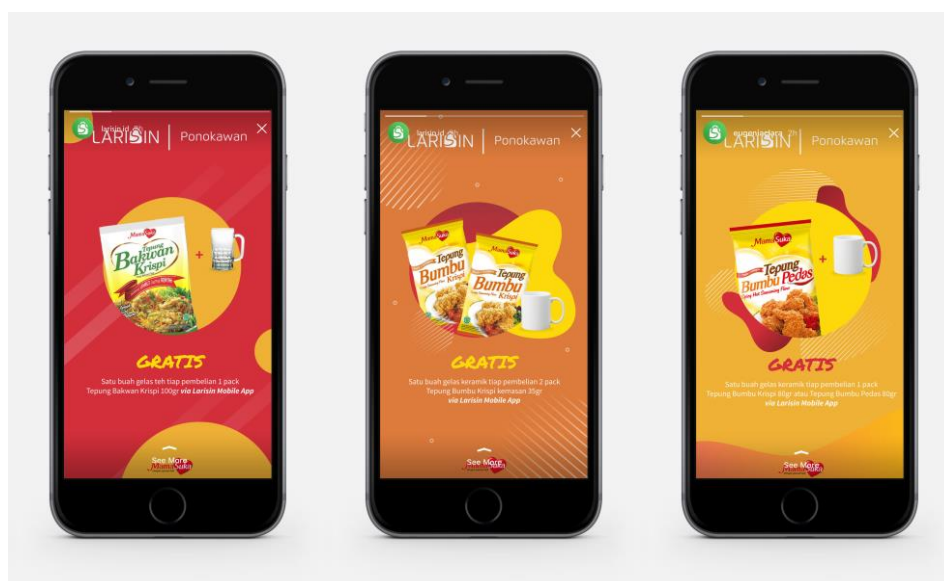
Karya digital yang sudah selesai dibuat akan penulis perlihatkan kepada atasan penulis, sehingga jika ada masukan atau revisi dapat langsung diubah dan dikerjakan kembali.

- Finalisasi

Tahap terakhir yang berarti karya digital penulis sudah disetujui oleh atasan dan siap untuk diunggah ke media sosial.



Gambar 3.4. Sebagian Desain Final untuk Instagram Feeds



Gambar 3.5. Sebagian Desain Final untuk Instagram Story



Gambar 3.6. Salah Satu LinkedIn *Post*



Gambar 3.7. Sebagian Desain Final Instagram TV Cover



Gambar 3.8. Instagram Ad



Gambar 3.9. Sebagian Desain Final Thumbnail Youtube

3.3.2. Marketing Kit

Penulis membuat *marketing kit* yang berupa brosur, *carousel*, *banner app*, *x-banner*, *linkedin cover*, kartu nama, spanduk, poster, *information pad*, *tentcard*, *lanyard*, dan lain-lain. *Brief* yang penulis dapat untuk proyek *marketing kit* adalah berasal dari COO dan CTO Larisin. Sama seperti proyek media sosial, penulis diminta untuk tetap menggunakan *brand guidelines* dan palet warna yang telah disediakan Larisin. Berikut merupakan proyek-proyek yang penulis kerjakan:

- Brosur

Brosur merupakan proyek yang masa pembuatannya cukup panjang dikarenakan terpotong oleh proyek lain dan informasi yang terus berubah. Penulis membua brosur ini dengan gaya desain *vector* dan cara penyampaian *storytelling*. Warna palet yang digunakan juga penulis sedikit eksplorasi yaitu dengan warna kuning dan oranye. Berikut merupakan desain pertama brosur yang penulis buat.



Gambar 3.10. Bagian Isi Brosur

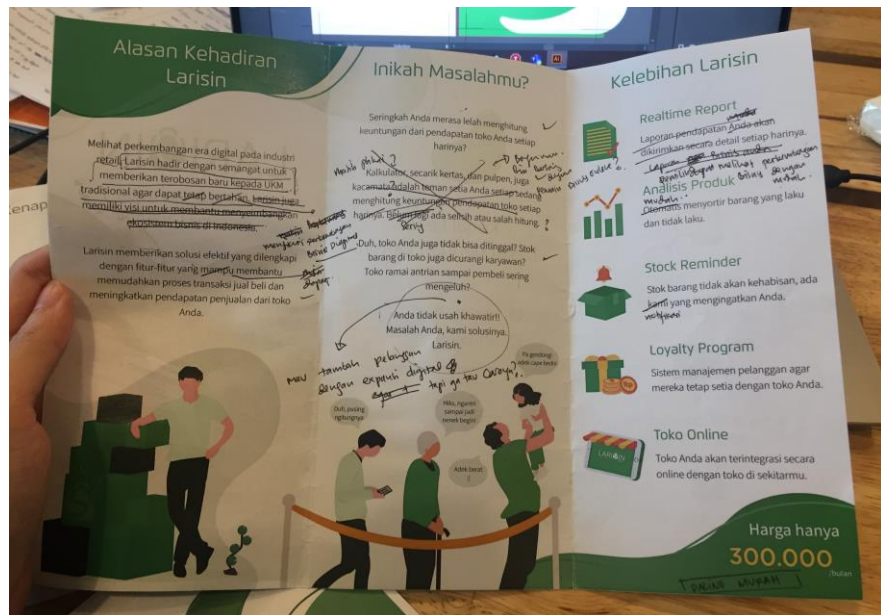
Pada halaman isi, penulis menjelaskan kelebihan Larisin dengan ikon karena menurut penulis menjelaskan dengan ikon

terlihat lebih menarik dan mudah dimengerti oleh target pasar, karena target pasar Larisin tergolong orang tua. Pada halaman tengah “Inikah Masalahmu?”, penulis memberikan gambar wanita terbalik di bagian atas dengan logo Larisin yang memiliki arti bahwa Larisin adalah jawaban dari masalah target pasar, kemudian pada halaman “Alasan Kehadiran Larisin”, penulis kehabisan ide dan atasan penulis menyuruh penulis menggunakan aset yang telah ada.



Gambar 3.11. Bagian Luar Brosur

Desain cover brosur yang pertama kali penulis buat adalah hasil foto yang penulis ambil dari internet, karena Larisin kehabisan stok foto. Pada halaman “Kenapa Harus Larisin?”, penulis juga menceritakannya dengan ikon karena alasan yang sama seperti halaman “Kelebihan Larisin”. Setelah desain pertama brosur penulis ajukan kepada CEO, CCO, dan COO, ternyata ada revisi, yaitu penggantian foto *cover* karena dinilai tidak merepresentasikan target pasar, wanita yang menggantung dari atas pada halaman “Inikah Masalahmu?” juga dinilai kurang terkesan storytelling, perubahan informasi pada halaman “Kelebihan Larisin”, juga penggantian informasi dan ikon pada halaman “Kenapa Harus Larisin?”.



Gambar 3.12. Revisi Brosur Halaman Isi Pertama

Kelebihan Larisin



Realtime Report
Laporan pendapatan Anda akan dikirimkan secara detail setiap harinya.



Analisis Produk
Otomatis menyortir barang yang laku dan tidak laku.



Stock Reminder
Stok barang tidak akan kehabisan, ada kami yang mengingatkan Anda.



Loyalty Program
Sistem manajemen pelanggan agar mereka tetap setia dengan toko Anda.



Toko Online
Toko Anda akan terintegrasi secara online dengan toko di sekitarmu.

Harga hanya
300.000
/bulan

Kenapa Harus Larisin?



Peningkatan Pelanggan

Sistem kasir pintar yang dapat mempermudah proses transaksi dan juga dapat meningkatkan pelanggan toko Anda.



Peningkatan Pendapatan

Jumlah pelanggan yang meningkat otomatis akan meningkatkan pendapatan toko Anda.



Tim Larisin yang Profesional

Anda tidak perlu takut repot, karena team kami akan selalu ada dan setia untuk membantu Anda.

Gambar 3.13. Revisi Informasi dan Ikon

Kelebihan Larisin



Daily Report
Pemilik dapat melihat perkembangan bisnis dengan mudah.



Analisis Produk
Mudah untuk menyortir barang yang laku dan tidak laku.



Loyalty Program
Sistem manajemen pelanggan agar mereka tetap setia dengan toko Anda.



Toko Online
Toko Anda akan terintegrasi secara online dengan langganan Anda.

Harga paling terjangkau!!
Rp 300.000 /bulan

Kenapa Harus Larisin?



Bebas Dalam Berjualan
Anda memiliki kebebasan untuk mengelola bisnis.



Mudah Dioperasikan
Sistem yang tidak ribet dan didukung customer service.



Rahasia Terjamin
Kami memberlakukan data privasi bagi pelanggan produk kami.

Gambar 3.14. Informasi dan Ikon Setelah Revisi



Gambar 3.15. Revisi Cover Brosur

Setelah menghabiskan 3 minggu untuk revisi yang dikarenakan adanya perubahan informasi, akhirnya penulis menyelesaikan desain brosur dan brosur dicetak sebanyak 2 rim (1000 lembar).



Gambar 3.16. Desain Final Brosur

- *Carousel*

Selain brosur, *carousel* juga merupakan proyek kedua terbesar penulis karena pada proyek ini banyak sekali revisi, mulai dari visual, resolusi, besar *font* yang digunakan, dll. Pertama kali penulis diberikan *carousel* yang sudah memiliki *template* dan hanya disuruh mengganti visual juga memikirkan *wording*-nya.



Gambar 3.17. *Carousel* Pertama Penulis

Setelah mengedit *template* yang diberikan dengan aset yang penulis ambil dari brosur, penulis sangat tidak menyukai hasilnya. Mulai dari visual yang terlihat biasa saja, dan *font* untuk *heading* yang tidak memiliki jenis *bold*, juga *carousel* ini sangat tidak sesuai dengan target pasar Larisin.



Gambar 3.18. Revisi *Carousel* Kedua

Pada revisi kedua, penulis dan COO akhirnya sepakat untuk mengubah *vector* menjadi foto. Pada revisi yang kedua kali, penulis juga mencari *font* jenis *bold* dari *font* yang penulis gunakan untuk dijadikan sebagai *heading* agar lebih mencolok dan terlihat perbedaan antara *heading* dengan *body text*. Penulis memberikan *gradient* hijau sesuai warna logo Larisin, tetapi malah terlihat keruh dan akhirnya penulis harus revisi kembali *carousel* ini.



Gambar 3.19. Revisi *Carousel* Ketiga

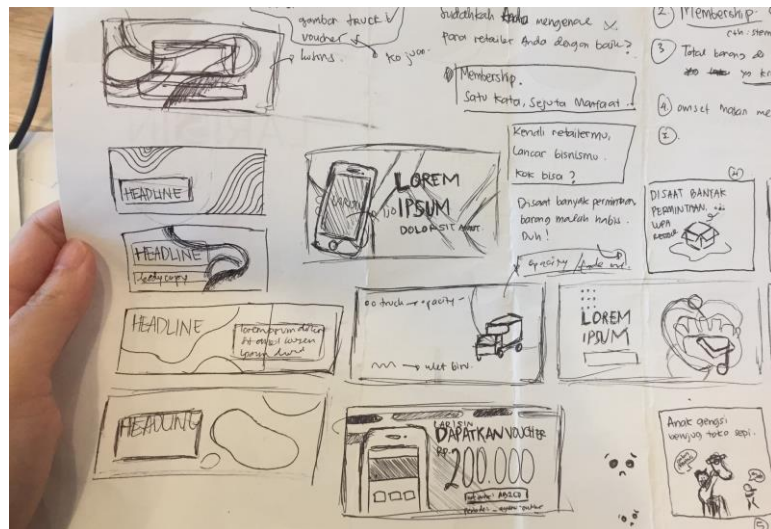
Pada revisi ketiga, penulis akhirnya mengganti *gradient* dengan *bubble* Larisin dan memberikan *gradient* dengan warna hitam ke transparan dengan *opacity* 20% agar warna dari *font* terlihat jelas. Revisi ketiga ini akhirnya menjadi final dan pernah diunggah di Larisin Mobile. Tetapi pada akhirnya tim *engineer* mengubah resolusi *carousel* karena terlihat terlalu penuh di Larisin Mobile. Tim *engineer* meminta penulis mengubah resolusi *carousel* dari 1920px X 1080px menjadi 320px X 100px.



Gambar 3.20. Desain Final *Carousel*

- **Banner App**

Sama seperti *carousel*, *banner app* akan digunakan sebagai banner promosi. Tetapi bukan dari tim Larisin melainkan akan digunakan oleh penjual di Larisin Mobile. Tugas *banner app* ini diberikan oleh tim ODT (*On Demand Task*). Karena *banner* ini akan digunakan oleh penjual, maka penulis tidak harus membuat *banner app* ini dengan *brand guidelines* Larisin. Pada pembuatan *banner app*, penulis bereksplorasi menggunakan banyak warna dan bentuk yang pada akhirnya bentuk-bentuk dari *banner app* ini digunakan kembali untuk proyek lainnya dengan persetujuan dari COO Larisin.



Gambar 3.21. Sketsa *Banner App*



Gambar 3.22. Desain Final *Banner App*

- *X-banner*

Penulis diminta membuat *x-banner* untuk ditaruh di setiap toko yang sudah bekerja sama dengan Larisin. Isi dari *x-banner* ini adalah nama dan kode *referral* toko dari Larisin agar pelanggan dapat membeli barang langsung dari Larisin Mobile. Sebelum pelanggan dapat berbelanja di Larisin Mobile, pelanggan harus mengunduh aplikasi dan memasukkan kode *referral* dari toko. Karena kode *referral* toko merupakan hal yang penting, maka penulis menaruhnya ditengah dengan huruf kapital dan ukuran yang besar.



Gambar 3.23. Alternatif *X-banner*

Penulis membuat desain *x-banner* dengan dua warna yaitu putih sebagai background dan hijau sebagai *background*-nya. Setelah penulis mengajukan desain, COO dan atasan lainnya memilih warna putih sebagai warna *background*.



Gambar 3.24. X-banner Final

- Tentcard

Media promosi yang berguna sama seperti *x-banner* yaitu untuk mengajak pelanggan mengunduh dan memasukan kode *referral* toko yang dikemas dengan ukuran kecil yaitu A5. Pada halaman belakang tentcard juga disediakan cara mengunduh Larisin Mobile.



Gambar 3.25. Tentcard

- Poster



Gambar 3.26. Berbagai Poster

Selain poster promosi untuk Larisin, penulis juga membuat poster untuk *principal*, dan pihak toko yang sudah bekerjasama dengan Larisin guna untuk promosi.

- LinkedIn Cover

Penulis juga diberikan tugas untuk membuat LinkedIn *cover* dengan tulisan “*We’re hiring!*” untuk menarik perhatian audiens yang sedang mencari pekerjaan saat melihat LinkedIn Larisin. Pada proyek ini, penulis mengalami kesulitan karena resolusi yang penulis dapatkan dari internet ternyata terlalu besar sehingga penulis mengubah resolusinya hingga 3 kali.



Gambar 3.27. LinkedIn Cover

- **Kartu Nama**

Penulis diminta untuk mengganti kartu nama Larisin karena beberapa anggota mempunyai desain kartu nama yang berbeda maka dari itu penulis membuat desain kartu nama yang simpel agar terkesan modern dan profesional. Berikut adalah gambar dari perubahan desain kartu nama Larisin:



Gambar 3.28. Desain Kartu Nama Yang Berbeda



Gambar 3.29. Revisi Desain Kartu Nama



Gambar 3.30. Desain Final Kartu Nama

- Spanduk

Penulis diminta membuat spanduk untuk toko yang sudah bekerja sama dengan Larisin. Pada awalnya penulis membuat 2 alternatif dan akhirnya desain pertama yang terlihat lebih poloslah yang dipilih oleh tim lapangan dan COO Larisin.



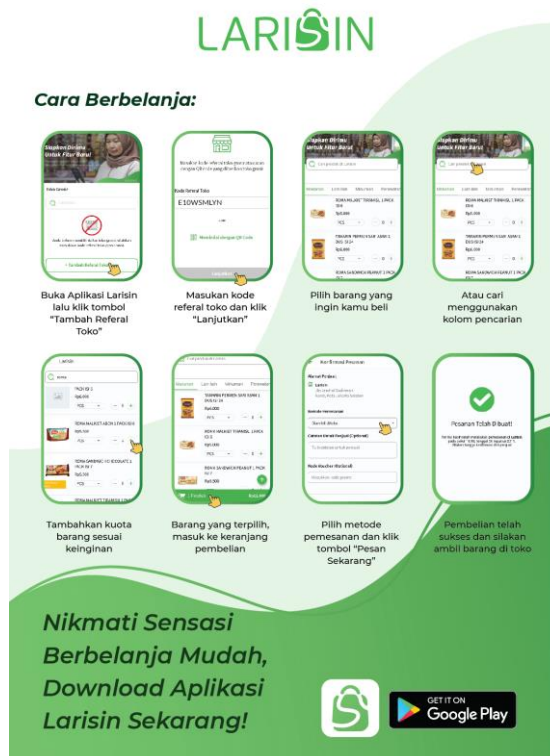
Gambar 3.31. Alternatif Spanduk



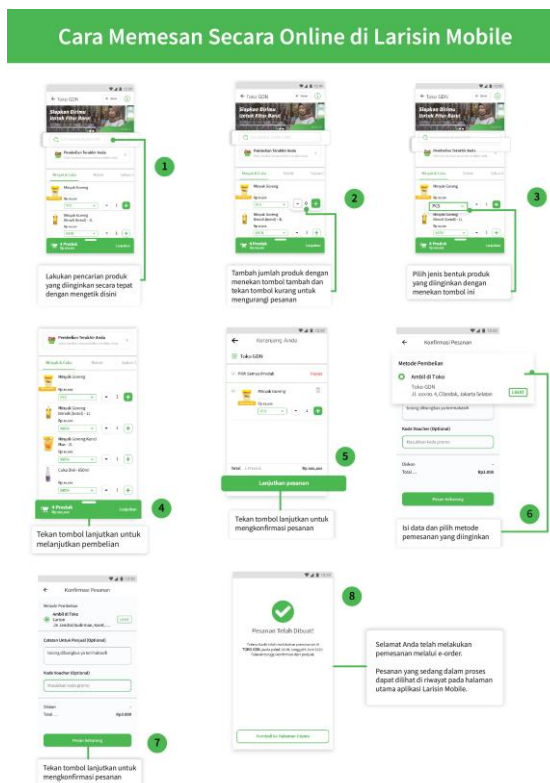
Gambar 3.32. Desain Final Spanduk

- *Information Pad*

Karena target pasar Larisin merupakan orang tua berumur 40-60 tahun, maka tidak sering dari mereka mengerti teknologi. Karena hal itu maka penulis diminta untuk membuat *information pad* yang berisikan tentang bagaimana cara mengunduh dan memakai Larisin Mobile. Desain awal yang dibuat masi menggunakan *bubble* Larisin dan pada akhirnya informasi tidak tersampaikan dengan baik karena gambar terlihat terlalu kecil. Akhirnya penulis membuat *layout* desain baru.



Gambar 3.33. Desain *Information Pad* Pertama



Gambar 3.34. Desain Final *Information Pad*

- *Lanyard*

Pada minggu terakhir sebelum penulis selesai kerja magang, penulis diminta untuk membuat *lanyard* untuk keperluan TBP (*Territory Business Partner*). Pembuatan *lanyard* ini bertujuan untuk mengganti desain *lanyard* lama yang dominan warna putih sehingga warnanya cepat kotor. *Lanyard* ini dibuat juga agar TBP terlihat lebih meyakinkan saat mendatangi toko grosir maupun eceran.



Gambar 3.35. Desain Final *Lanyard*

- *ID Card*

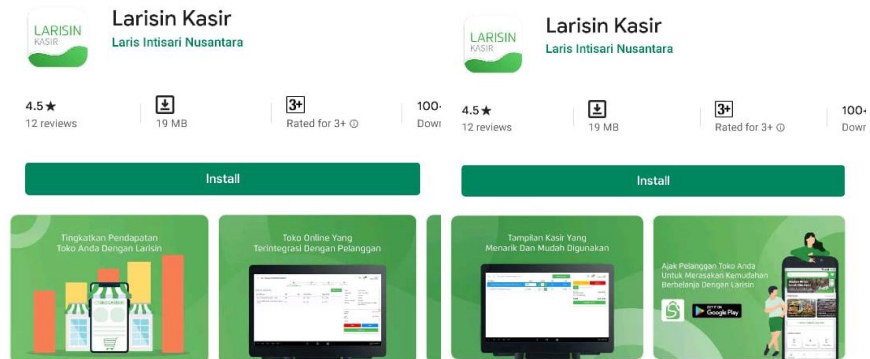
Selain *lanyard*, penulis juga membuat *ID Card* untuk TBP agar mereka mempunyai identitas dan terlihat lebih profesional di mata para pemilik toko grosir dan eceran.



Gambar 3.36. Desain Final *ID Card*

- *Screenshot* Larisin POS

Penulis diminta untuk menggantikan screenshot Larisin POS di Google Play yang sebelumnya hanya tangkapan layar dari aplikasi. Penulis membuat 4 *slide* yang berisikan tentang *insight* dari aplikasi dan juga promosi Larisin Mobile pada *slide* terakhir.



Gambar 3.37. Desain Final *Screenshot* Larisin POS

- *Screenshot* Larisin Mobile

Selain *screenshot* untuk Larisin POS, penulis juga diminta untuk membuat *screenshot* untuk Larisin Mobile. Penulis membuat 5 *slide* dan sama seperti *screenshot* Larisin POS, satu *slide* terakhir digunakan untuk promosi Larisin POS.



Gambar 3.38. Desain Final *Screenshot* Larisin Mobile

3.3.3. Copywriting

Pada proyek *Copywriting*, penulis sangat merasakan kesulitan karena *brief* yang didapat agak sulit dimengerti dari segi Bahasa dan juga proyek *copywriting* ini tidak jarang penulis dapatkan. Mulai dari membuat *caption* hingga membuat *copywriting* untuk *script* di video tutorial dan *website* Larisin. Penulis dipercayai oleh *C-Levels* untuk menjadi *copywriter* juga karena kemampuan menulis penulis yang dianggap baik oleh *C-Levels*. Berikut adalah salah satu contoh dari penulisan *copywrite* yang dilakukan penulis selama periode kerja magang:

- *Copywriting* untuk video tutorial

“Jangan lupa untuk mengecek apa kuantitas sudah benar atau belum dan apabila sudah yakin dengan jumlah dan produknya, silahkan tekan tombol selesaikan. Pada halaman ini muncul halaman tambahan dimana nominal uang yang harus dibayar oleh pembeli. Anda dapat menentukan pemberian diskon melalui tombol beri diskon dan menentukan jenis pembayaran yang dipakai oleh pembeli. Anda dapat menulis nominal yang dibayar oleh pembeli di kotak 'dibayar sejumlah'. Apabila total pembayaran sudah benar, Anda dapat menekan tombol selesaikan untuk mencetak struk pembelian.” - Brief

“Setelah kuantitas dan jenis produk sudah benar, tekan tombol F11 pada keyboard atau tombol “selesaikan”. Halaman pembayaran akan muncul dengan total jumlah pembelanjaan. Anda juga dapat memberikan diskon kepada pembeli dengan cara menekan tombol “beri diskon belanja” di sebelah kiri.” -Perbaikan Penulis

- *Caption Instagram*



"Duhh toko tambah maju tapi kok makin sibuk dan ga punya waktu lagi....."

Terkadang pasti kita udah merasa seperti ini. Udah layak untuk jalan-jalan tapi harus jaga toko terus soalnya toko gabisa ditinggalin jadi pusing gimana harus menanganinya.

Jaga toko terus-terusan juga malah buat penat 😞 Gimana ya caranya biar bisa liburan santai tanpa pusingin toko?

Semakin maju usaha kita, maka kita harus semakin modern, melakukan sesuatu tidak manual lagi misalkan pencatatan elektronik,

laporan yang dilihat dimana saja. Dll....

Yuk cari tahu lebih lanjut di www.larisin.id atau hubungi nomor xxx



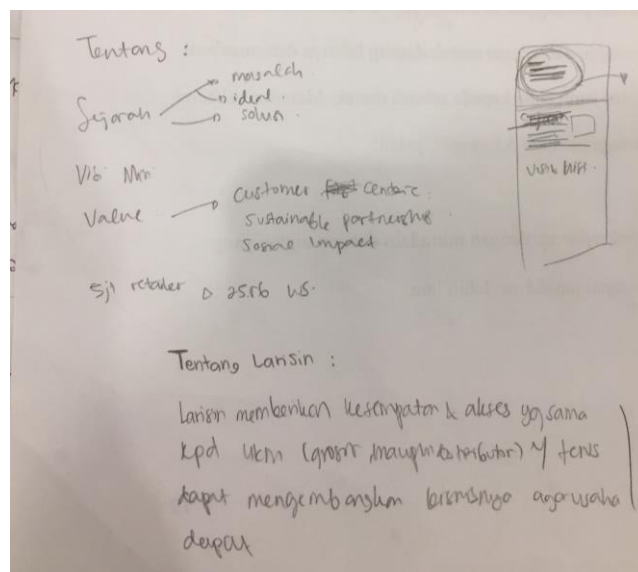
"Duhh sebel! Harusnya untung lebih banyak malah jadi gara-gara stok barangnya habis 😞 Punya pekerja tapi nggak ingetin aku kalo stok barang di toko dan di gudang habis. Kzl!"

Kalau Anda sudah pasang Larisin POS, gak lagi deh hal kaya gini! Anda alami, Larisin POS pastinya rajin banget buat ngasih info ke Anda kalau stok barang di toko dan di gudang udah mau habis. Yakin masih mau mikir lagi buat pasang Larisin POS?

Larisin POS ibarat pacar kita, ada apa-apa langsung dilaporkan!

Gambar 3.39. Beberapa Caption Sosial Media Post

- *Copywriting untuk Halaman Tentang Perusahaan di Website Larisin*



Gambar 3.40. Ide Penulisan Awal



Gambar 3.41. Final Penulisan pada *Website*

- Copywriting untuk Video Pitching

Karena penulis ditugaskan untuk membuat storyboard untuk video motion graphic pitching maka penulis juga dipercayai untuk membuat script-nya. Penulis mendapatkan brief dari CCO Larisin dan melakukan revisi sebanyak satu kali.

Intro

1. Halo! Yuk kenalan lebih jauh dengan Larisin! Selain bertujuan untuk memudahkan pedagang grosir dan eceran, Larisin juga tidak pilih kasih dan ingin memudahkan para principle lho.
2. Pasti kalian sekarang sedang berpikir tentang kenapa sih principle harus menggunakan Larisin? Beneran memudahkan banget? Eits! Jangan ragu.

Digital Engagement

Dengan menggunakan Larisin, Principle dapat dengan mudah memberikan tugas kepada retailer. Mau tahu mengapa? Mari kita bahas alurnya.

Tugas-tugas yang disediakan principle dapat dengan mudah diterima oleh retailer karena principle dapat memberikan tugasnya secara online dan retailerpun dapat mengaksessnya pada waktu yang sama.

Retailer yang mengerjakan tugas nantinya akan mendapatkan voucher digital, jadi tidak perlu menyuruh salesman untuk pergi ke toko dengan membawa hadiah ataupun uang tunai. Hal ini juga dapat meminimalisir kejadian yang tidak diinginkan oleh kedua belah pihak, misalnya hadiah tidak sampai ke tangan retailer. Sedih banget kan!

Voucher digital juga tidak akan langsung diberikan secara sembarangan tanpa verifikasi terlebih dahulu. Jadi retailer yang telah menegrikan tugas harus memebrikan bukti berupa foto tugas yang telah diselesaikan. Nantinya, pihak Larisin dan principle akan mengecek hasil tugasnya, jika sudah sesuai dengan hasil yang diinginkan, retailer akan mendapatkan voucher digital.

Memudahkan banget kan? Tanpa harus boros uang dan waktu, semuanya dapat terlaksana dengan cepat dan mudah. (background yey)

Tugas yang nantinya telah dikerjakan akan didokumentasikan dalam bentuk foto sebagai bukti dan bukti akan dicek ulang oleh pihak Larisin dan Principle. Setelah bukti sudah meyakinkan, retailer akan mendapatkan voucher yang akan ditentukan oleh pihak principle sendiri.

Gambar 3.42. Penulisan Pertama untuk Script

Penulisan pertama penulis dianggap terlalu ramah sehingga tidak terkesan serius dan profesional karena video pitching nantinya akan diperlihatkan kepada calon principal dan investor.

Intro

Halo! Mari berkenalan lebih jauh dengan Larisin dan tahu bagaimana larisin dapat membantu meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan anda

Larisin memiliki 3 produk yaitu Digital Order, Digital Engagement Program, Dashboard analytics. Mari kita bahas satu persatu

Digital Engagement

Dengan menggunakan Larisin, Principle dapat dengan mudah memberikan tugas kepada retailer. Principal dapat memilih jenis tugas seperti pajangan/survey dan kemudian menentukan nominal reward kepada retailer yang diinginkan melalui aplikasi Backoffice. Tugas akan dikirimkan secara real time ke aplikasi retailer dan retailer dapat langsung mengerjakan tugas yang diberikan.

Tugas yang dikerjakan akan di cek terlebih dahulu oleh pihak Larisin. Jika sudah sesuai, retailer akan mendapatkan voucher digital untuk belanja ke upline langganannya. Dengan ini salesman tidak perlu memberikan hadiah secara langsung dan principal dapat meminimalisir pemberian hadiah yang tidak tepat sasaran.

Memudahkan banget kan? Tanpa harus boros uang dan waktu, semuanya dapat terlaksana dengan cepat dan mudah. (background yey)

Gambar 3.43. Final Penulisan untuk Script

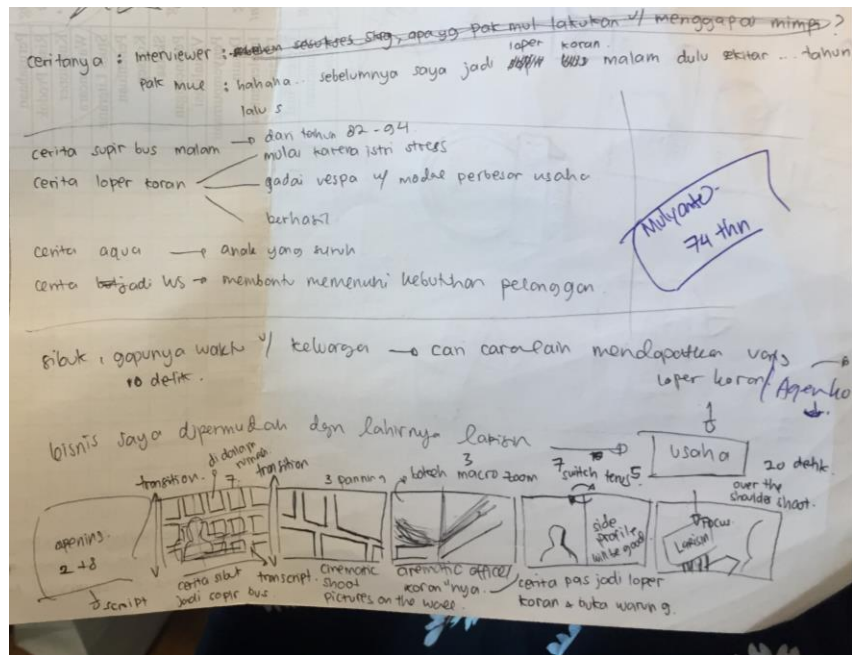
Akhirnya penulis bersama CCO mengganti gaya penulisan penulis menjadi lebih formal dan serius. Hingga akhirnya script selesai dibuat.

3.3.4. Storyboard

Penulis ditugaskan membuat *storyboard* untuk kampanye Larisin dan *storyboard* untuk *motion graphic* yang akan dikerjakan oleh pihak eksternal guna untuk *pitching* kepada calon *principal* dan investor lainnya.

- *Storyboard* untuk Kampanye

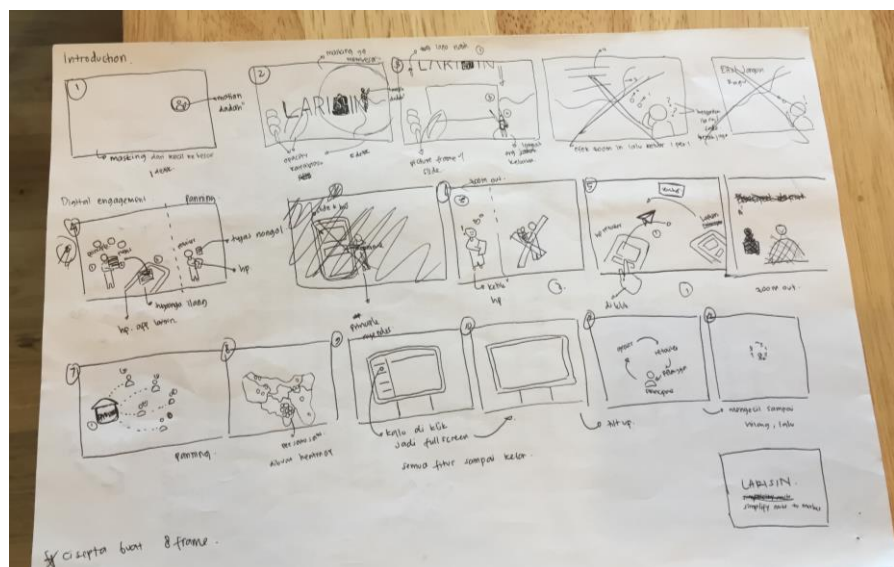
Penulis pergi ke Kelapa Gading bersama CEO dan COO Larisin untuk mewawancarai Pak Mulyanto sebagai telewicara dan penulis diminta untuk membuat storyboard beserta scriptnya dengan total video 3-4 menit. Video yang akan diproduksi nantinya akan diunggah di Youtube Larisin. Tapi sayangnya, proyek ini dihentikan karena tidak terlalu *urgent*.



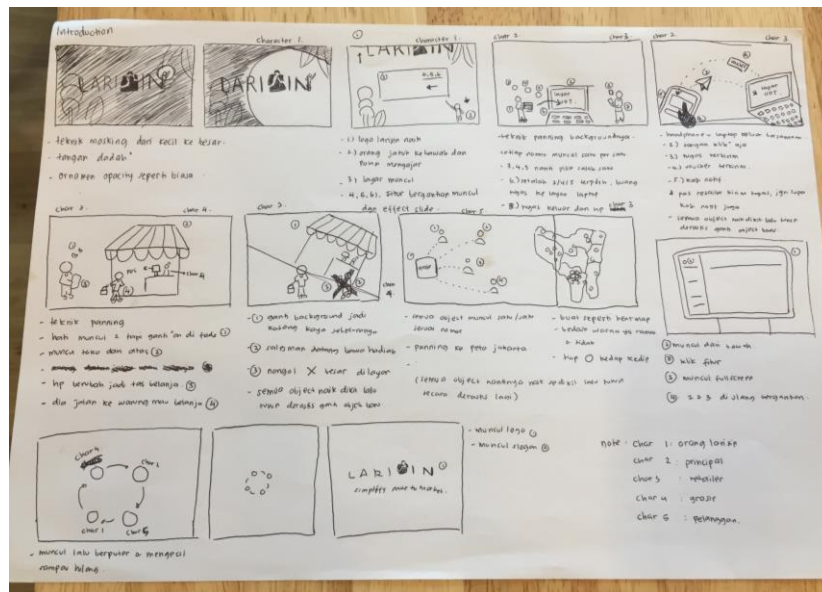
Gambar 3.44. Storyboard untuk Kampanye

- Storyboard untuk Pitching

Storyboard ini nantinya akan menghasilkan sebuah video *motion graphic* yang akan dikerjakan oleh pihak eksternal. Penulis diminta untuk membuat video pengenalan, keuntungan dari memakai Larisin, dan fitur-fitur dari Larisin guna untuk *pitching* dengan calon *principal* dan investor. Video *motion graphic* ini akan berdurasi 2 menit.



Gambar 3.45. Desain Storyboard Awal untuk Pitching



Gambar 3.46. Final Storyboard untuk Pitching

3.4. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani kerja magang di PT Laris Intisri Nusantara penulis menemukan beberapa kendala, diantaranya adalah:

- **Kendala Pribadi**

Jarak antara tempat magang dan rumah penulis yang cukup jauh dan fisik penulis yang tidak selalu prima membuat penulis sering sakit, pusing dan mual ketika harus berangkat dan pulang dari tempat kerja magang menggunakan KRL dengan jarak tempuh yang jauh dan memakan 2 jam. Penulis juga sempat merasakan bagaimana sulitnya keuangan di akhir bulan.

- **Kendala Pekerjaan**

Sering kali penulis merasa brief yang diberikan tidak mendetail. Bahkan penulis juga sering diberikan kepercayaan penuh dari CCO Larisin untuk membuat konten dengan kreatifitas penulis. Karena brief yang kurang detail atau karena banyaknya jumlah tugas yang harus diselesaikan, maka kadang penulis merasakan pusing dan mual.

3.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang dialami, penulis menemukan solusi atas kendala yang ditemukan. Berikut adalah solusi dari kendala yang dialami penulis selama periode kerja magang:

- **Kendala Pribadi**

Karena fisik penulis yang tidak selalu prima dan jarak rumah dengan tempat magang yang cukup jauh, maka penulis memutuskan untuk tinggal darumah Bibi penulis yang berada cukup dekat dari tempat magang. Penulis juga belajar berhemat agar dapat keuangan di akhir bulan dapat terus lancar.

- **Kendala Pekerjaan**

Penulis menanyakan detail pekerjaan sebelum dikerjakan, atau biasanya penulis menggunakan kepercayaan CCO Larisin kepada penulis hingga tugas dapat diselesaikan dengan rasa percaya diri. Bila tugas sudah terlalu banyak dan penulis tidak kuat untuk menyelesaikannya di hari yang sama, maka penulis akan meminta untuk diundur satu hari. Jika penulis jatuh sakit, C-Levels biasanya memberikan penulis waktu untuk beristirahat dirumah agar cepat sembuh.